

# Las preferencias de los adolescentes sobre los personajes televisivos de ficción seriada

## Adolescents' Preferences Regarding Fictional Characters from on Television Series

Oihane Korres

Iciar Elexpuru

Universidad de Deusto (España)

*Los adolescentes, en pleno proceso de construcción de su propia identidad, encuentran en los personajes televisivos modelos a través de los cuales ampliar su mundo social y encontrar su lugar en la sociedad. El objetivo de este artículo es explorar las preferencias de los adolescentes sobre los personajes de ficción seriada. Se analizan las redacciones personales sobre su personaje preferido elaboradas por 464 estudiantes de último curso de educación secundaria obligatoria de Vizcaya (España). A través del análisis de contenido se identifican los argumentos y los elementos comunes que proporcionan los adolescentes en dichas redacciones. Los resultados muestran que la identificación con los personajes emerge como una categoría importante a la hora de elegir un personaje como favorito. En general, valoran el humor y la personalidad del personaje así como su sana relación con la familia y los amigos, y, tanto chicos como chicas, prefieren personajes masculinos*

*Adolescents, who are in the process of forming their own identity, find role models in television characters through which to expand their social horizons and find their place in society. The aim of this article is to explore adolescents' preferences regarding characters in serialized fiction. This study analyzes personal essays about the favorite television character of 464 students in their final year of compulsory secondary education in Biscay (Spain). Through content analysis, common arguments and elements discussed by the teens in their texts are identified. The results show that identification with a character emerges as an important factor in adolescents' choice of a character as their favorite. In general, teens appreciate the humor and personality of the character as well as his or her healthy relationship with family and friends, and both boys and girls prefer male characters that are older than them. The study concludes that qualitative methodology*

*mayores que ellos. Se concluye que la metodología cualitativa permite avanzar en la comprensión de la compleja relación entre los adolescentes y los personajes de ficción seriada y que, por tanto, es relevante seguir trabajando en esta línea.*

**Palabras clave:** *adolescentes, televisión, personajes de ficción, recepción.*

*allows for the advancement of understanding of the complex relationship between adolescents and characters in serialized fiction, and, therefore, it is important to continue working with these techniques.*

**Key words:** *youth, television, fictional characters, reception.*

## ADOLESCENTES DE HOY Y SOCIALIZACIÓN TELEVISIVA

Los medios de comunicación y las nuevas tecnologías forman hoy en día parte de la vida cotidiana de las personas, en especial, de los más jóvenes, integrándose e interactuando con los agentes clásicos de socialización como la familia, los amigos o la escuela. La adolescencia es una etapa de transición entre la niñez y la edad adulta, en la que se afrontan cambios físicos, psicológicos y sociales, y que, por tanto, más que un mero intervalo temporal entre dichas etapas, constituye un proceso de maduración y preparación para la vida adulta (Montero, 2006). Es en este proceso de construcción personal cuando los agentes de socialización inciden con más fuerza (Elexpuru y Medrano, 2002). Así, los adolescentes son especialmente sensibles a las imágenes de los medios, que constituyen una rica fuente de recursos simbólicos en la búsqueda de su propia identidad (Pindado, 2006).

Las últimas generaciones de jóvenes han nacido inmersas en una sociedad totalmente imbuida en el mundo de los medios de comunicación y consumen cada día productos mediáticos provenientes de múltiples pantallas (televisores, ordenadores, móviles...) y producidos en ámbitos y contextos muy diversos (Fedele y García Muñoz, 2010). El desarrollo tecnológico ha traído consigo nuevas formas de consumir y relacionarse con los distintos medios. Por un lado, los adolescentes de hoy son propensos a un consumo mediático autónomo e independiente respecto al resto de la familia (Fedele y García Muñoz, 2010). Por otro lado, la televisión ofrece sus contenidos de manera global y atemporal, de modo que pueden ser consumidos por adolescentes de diferentes países, incidiendo en la homogeneización de sus modas, ídolos y valores (Medrano y Martínez de Morantín, 2012). Aun así, la televisión sigue manteniéndose como el medio hegemónico, también entre los más jóvenes (Masanet, Medina-Bravo y Ferrés, 2012; Callejo, 2013).

Este trabajo parte del marco de la teoría de la recepción (Orozco, 2010), asumiendo que el espectador es un sujeto activo que interpreta e incorpora los con-

tenidos televisivos desde distintos contextos. Es decir, los mensajes mediáticos no son unívocos ni cerrados, y es posible generar diálogos guiados por distintos mediadores con el fin de reconstruir su significado (Rodríguez *et al.*, 2013).

Entre las preferencias televisivas de los adolescentes destacan los contenidos de ficción; en concreto, predomina el consumo de series tanto a través de la televisión como del ordenador (Medrano, Palacios y Aierbe, 2007; Bermejo y Núñez, 2008; López Vidales y Gómez Rubio, 2012).

Montero (2006) subraya que la televisión cumple su función socializadora principalmente mediante el entretenimiento, de modo que los espacios de ficción y, especialmente, las series de ficción, pueden ser mucho más eficaces que la no ficción a la hora de ejercer una influencia sobre las opiniones y actitudes de las personas. Las series tienen un gran seguimiento por parte de la audiencia juvenil y, además, presentan diversidad de modelos y personajes que pueden resultar familiares y ser contrastados y comparados por los espectadores (Livingstone, 1998).

Así, el estudio la ficción televisiva en relación a la adolescencia se ha convertido en un ámbito de interés para la investigación. Fedele y García-Muñoz (2010) ofrecen un recorrido por las distintas investigaciones internacionales que exploran el consumo adolescente de seriales televisivos. En el contexto español se encuentran, entre otros, estudios sobre la contribución de las series a la formación de la identidad (França, 2001; Bermejo, 2012; Lacalle, 2013) y los valores (Montero, 2006) de los adolescentes, así como investigaciones que se ocupan del análisis de la representación de género (Galán Fajardo, 2007; Figueras, Torrajada y Araña, 2014) o de la imagen de los jóvenes en las series (Ramajo *et al.*, 2008; Guarinos, 2009), y del tratamiento de temas concretos como la sexualidad (Masanet, Medina-Bravo y Ferrés, 2012) o el discurso amoroso (Medina y Rodrigo, 2009), poniendo especial atención en el análisis de determinadas *teen series*, por ejemplo, de la serie norteamericana *Dawson's Creek* (García-Muñoz y Fedele, 2011).

La capacidad socializadora de este género televisivo ha sido puesta de relieve en múltiples trabajos, subrayando que los adolescentes encuentran en estos personajes modelos de identificación y comparación que pueden repercutir en la construcción de sus valores, creencias o actitudes (Hoffner y Buchanan, 2005; Montero, 2006; Pindado, 2006; Medrano y Martínez de Morentín, 2012; Masanet, Medina-Bravo y Ferrés, 2012; Lacalle, 2013; entre otros).

La identificación con los personajes es un factor importante a la hora de comprender los posibles efectos del medio (Hoffner y Buchanan, 2005; Chory-Assad y Cicchirillo, 2005; Moyer-Gusé, 2008; Igartua, 2010). Este concepto puede definirse como el proceso emocional y cognitivo a través del cual el espectador se pone en el lugar del personaje, olvidando su propia realidad para volverse el personaje y asumir su perspectiva temporalmente (Moyer-Gusé, 2008). Diversos autores resaltan la relación empática con los personajes como una dimensión básica de la identificación (Cohen, 2001; Eyal y Rubin, 2003; Chory-Assad y Cicchirillo, 2005; Igartua, 2010). Otros subrayan la relevancia que adquiere la percepción de similitud con el personaje (Eyal y Rubin, 2003; Cohen y Perse, 2003; Hoffner y Buchanan, 2005). También existe una correla-

ción positiva entre el deseo de parecerse al personaje y la identificación (Hoffner, 1996; Hoffner y Buchanan, 2005). Asimismo, la interacción parasocial es un aspecto que refuerza la vinculación con el personaje (Hoffner, 1996; Eyal y Rubin, 2003).

Varios autores manifiestan que tanto los chicos como las chicas adolescentes tienden a identificarse con personajes de su misma edad y género (Hoffner, 1996; Hoffner y Buchanan, 2005; Montero, 2006). Sin embargo, otras investigaciones muestran que entre los adolescentes destacan los personajes masculinos tanto para ellos como para ellas (Eyal y Rubin, 2003; Medrano *et al.* 2010; Bermejo, 2012) y que prefieren que estos sean jóvenes o adultos (Medrano *et al.*, 2010). Estudios previos indican que los personajes televisivos siguen manteniendo los estereotipos tradicionales de género en los que la mujer se relaciona con el contexto familiar y el cuidado de los demás, mientras los hombres se vinculan principalmente al trabajo y el contexto social (Hoffner, 1996; Signorelli, 2001; Galán Fajardo, 2007; García-Muñoz y Fedele, 2011; Figueras, Tortajada y Araña, 2014).

Hoffner (1996) señala que los rasgos que más valoran los adolescentes en los personajes televisivos son su personalidad, inteligencia, apariencia física y humor. Ruiz, Conde y Torres (2005) en una investigación transversal con tres grupos de niños y adolescentes españoles (de 8, 14 y 17 años) concluyen que el atractivo físico de los personajes es una categoría deseable para todas las edades estudiadas. Sin embargo, otros estudios encuentran que la personalidad y, sobre todo, la simpatía y el humor del personaje son los motivos de identificación más destacados, mientras que el atractivo físico tiene menor importancia (Medrano *et al.*, 2010; Medrano y Martínez de Morentín, 2012; Ugalde 2015). Bermejo (2012) lleva a cabo un análisis de contenido sobre las respuestas dadas por cientos de jóvenes españoles en torno a su personaje televisivo favorito, concluyendo que utilizan cuatro tipos de argumentos para sentir atracción o rechazo hacia un personaje: su grado de humor, la adecuación de sus atributos ligados a la trama; la actitud del espectador hacia el actor que encarna el personaje; y la comparación y el grado de correspondencia entre lo que es y hace el personaje con lo que ocurre en la vida fuera de la ficción. Este autor señala que las cuatro categorías de respuesta ponen en relieve los mecanismos de empatía e identificación que se establecen con los personajes televisivos.

Considerando lo anterior, este estudio quiere contribuir a esta área de conocimiento, a través del análisis de las preferencias de los adolescentes sobre los personajes de ficción seriada.

## METODOLOGÍA

Este estudio presenta el análisis de contenido llevado a cabo sobre las redacciones personales elaboradas por una muestra de adolescentes de Vizcaya en torno a su personaje de ficción seriada favorito, con el objetivo de profundizar en sus preferencias respecto a dichas figuras mediáticas.

## PARTICIPANTES

La muestra está compuesta por 464 adolescentes. Todos son estudiantes de último curso de educación secundaria obligatoria en el año académico 2013-2014, distribuidos en 12 centros de Vizcaya (España). Los centros participantes han sido seleccionados de forma estratificada y con asignación proporcional, aplicando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. La siguiente tabla (tabla 1) recoge las características de la muestra:

**Tabla 1. Características y distribución de la muestra**

Variable	Niveles	n	%
Género	Hombres	239	51,5%
	Mujeres	225	48,5%
Edad	15 años	369	79,5%
	16 años	70	15,1%
	17 años	20	4,3%
	18 años	5	1,1%
Tipo de centro	Privado	251	54,1%
	Público	213	45,9%
Modelo lingüístico	Modelo D	261	56,3%
	Modelo B	123	26,5%
	Modelo A	80	17,2%

## INSTRUMENTO

Para recoger la información se ha diseñado una plantilla de redacción donde se solicita a los adolescentes que argumenten la elección de su personaje de ficción seriada preferido. Se ha optado por esta técnica metodológica ya que implica una reflexión individual por parte del alumno que le otorga la libertad de expresar sus propios sentimientos y pensamientos, de volver sobre ellos y meditarlos. Esta plantilla recoge los datos de edad y género de los sujetos, y posteriormente, plantea el siguiente enunciado:

El personaje de ficción seriada que más me gusta es: \_\_\_\_\_  
y pertenece a la serie de televisión: \_\_\_\_\_

Ahora debes señalar cuáles son las razones que te han llevado a elegir este personaje como tu favorito y por qué te gusta. Recuerda que no se trata de describir el personaje, sino de argumentar la elección del mismo. La extensión mínima del texto debe ser de una página, a partir de ahí puedes extenderte cuanto creas conveniente.

## PROCEDIMIENTO

La recogida de datos se ha llevado a cabo durante los meses de enero y febrero de 2014. En primer lugar se contactó con los centros, se mantuvo una reunión con el profesorado implicado en los mismos y se solicitó el permiso del padre, la madre o el tutor legal del alumnado participante en el estudio. La aplicación del instrumento duró aproximadamente 40 minutos y se realizó de manera presencial y en compañía del profesor/a de cada aula.

Las redacciones se han transcrito de forma textual y con absoluta fidelidad, y se han analizado a través de la técnica de análisis de contenido utilizando el *software* Atlas.ti, que permite extraer y categorizar aquellos comentarios y argumentos de los adolescentes que resultan interesantes para la investigación. Se han tomado como referencia las categorías propuestas en trabajos previos (Medrano *et al*, 2010; Bermejo, 2012). En un primer momento se identificaron y definieron las categorías emergentes de los textos, que se depuraron en sucesivas lecturas teniendo en cuenta el criterio teórico. De este modo, las categorías identificadas en la primera fase se agruparon en núcleos de análisis significativos considerando que mantuvieran una naturaleza común y se ajustaran al contenido de la categoría.

No se consideran en este artículo las categorías de respuesta que han obtenido un porcentaje bajo con el objetivo de centrar la atención sobre los argumentos que más destacan los adolescentes a la hora de elegir su personaje de ficción seriada preferido (tabla 2).

**Tabla 2. Categorías sobre los personajes de ficción seriada favoritos**

Categoría		Definición
Identificación con el personaje	Similitud con el personaje	El alumno/a se ve reflejado en el personaje o en las experiencias que este vive.
	Identificación aspiracional	El alumno/a señala que le gustaría ser o parecerse al personaje elegido.
	Empatía con el personaje	El alumno/a se implica con el personaje, tomando su perspectiva y preocupándose por su devenir.
	Interacción parasocial con el personaje	El alumno/a interactúa con el personaje del mismo modo que si de una persona real se tratase.

Categoría		Definición
Admiración por el personaje	Humor	El alumno/a destaca que el personaje le resulta gracioso y divertido.
	Personalidad	El alumno/a señala que le gusta el personaje por sus características personales positivas y/o prosociales.
	Relaciones sociales y pertenencia	El alumno/a valora que el personaje cuente con familia y amigos en los que apoyarse mutuamente.
	Inteligencia	El alumno/a subraya que le gusta que el personaje sea inteligente, que tenga conocimientos y los utilice de la mejor manera posible.
	Elementos negativos	El alumno/a hace referencia a características personales negativas del personaje.
	Atractivo físico	El alumno/a indica que le gusta el personaje por su físico o algún elemento relacionado con su apariencia exterior.
	Riqueza y éxito	El alumno/a destaca la riqueza, las posesiones materiales o el éxito personal o profesional del personaje.
	Trabajo	El alumno/a valora la profesión desempeñada por el personaje.
La serie y el papel del personaje	Serie	El alumno/a señala el gusto/seguimiento por la serie.
	Personaje	El alumno destaca el grado de importancia que tiene el personaje dentro de la serie.
La proximidad a la actualidad		El alumno/a valora que el personaje o la trama reflejen la realidad del momento.
Referencia al actor/actriz		El alumno/a mezcla características del personaje y del actor o la actriz que lo interpreta.

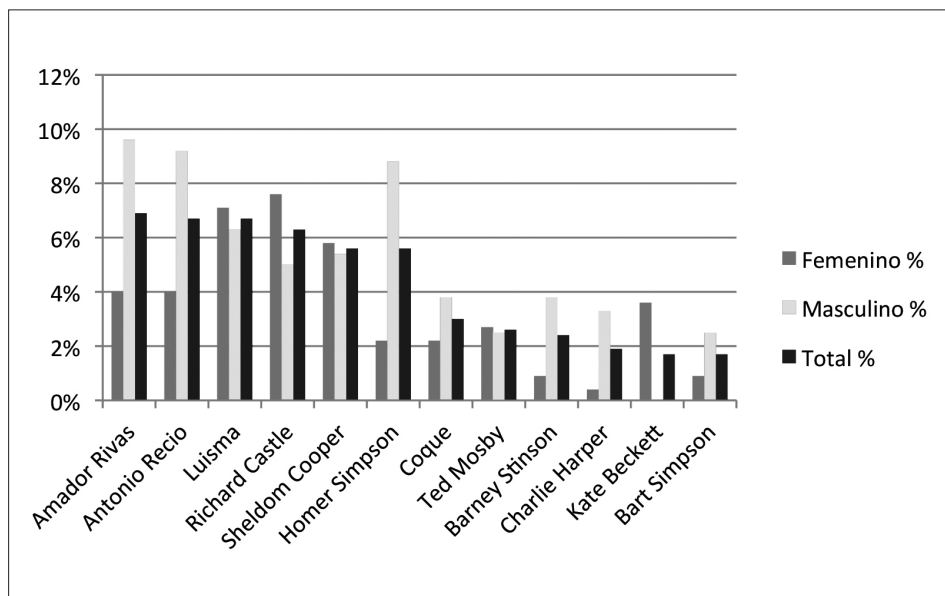
## RESULTADOS

Se exponen, a continuación, los resultados obtenidos en el presente estudio.

### PERSONAJES DE FICCIÓN SERIADA FAVORITOS

Los participantes han citado un total de 165 personajes diferentes. Sin embargo, hay que destacar que dentro de esta variedad de elecciones más del 50% se concentran en 12 personajes (figura 1). Esto indica que otro amplio porcentaje de los personajes ha sido mencionado de manera aislada por los alumnos.

Figura 1. Personaje de ficción seriada favorito



El personaje más elegido es Amador Rivas (6,9%), seguido de cerca por Antonio Recio y Luisma (6,7%). Estos tres personajes concentran el 20% de las elecciones. Tanto Amador Rivas como Antonio Recio pertenecen a la serie *La que se avecina*, la más mencionada por los adolescentes, y Luisma es un personaje de la serie *Aída*, que se sitúa en segundo lugar en la elección de los alumnos. A continuación se describen brevemente estos personajes: Amador Rivas es un hombre que trabajaba en un banco y tenía una buena vida pero que debido a la crisis económica se queda en el paro y ahora lucha por mantener a su familia. Este personaje a pesar de no tener una vida fácil nunca pierde la esperanza y trata de divertirse en cada momento. Antonio Recio es un hombre divorciado que tiene su propia empresa de pescado congelado y cree estar por encima de los demás. Es egoísta, racista y homófobo. Luisma es un joven ex drogadicto que tras rehabilitarse se queda "tonto". Es un personaje gracioso y amable que cuida a su familia y amigos.

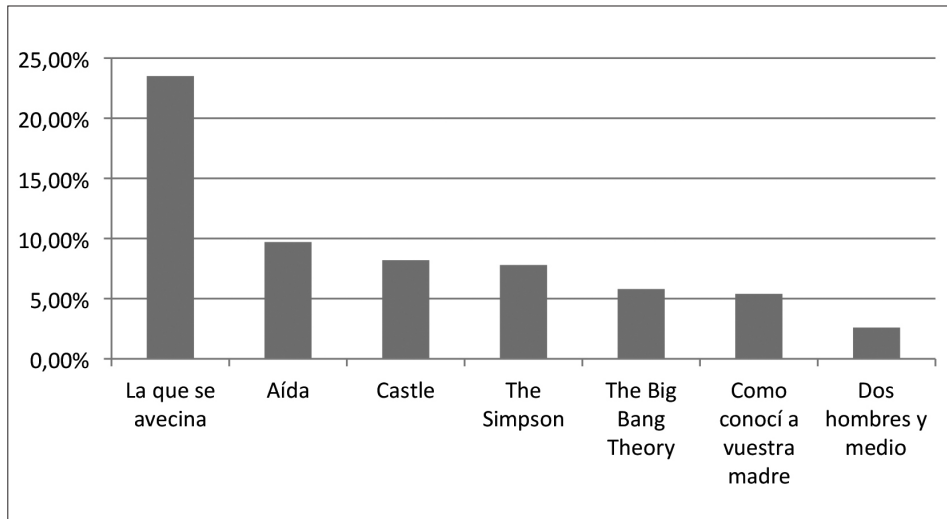
Se observan diferencias de género en las preferencias sobre los personajes. Entre los chicos destacan Amador Rivas (9,6%), Antonio Recio (9,2%), Homer Simpson (8,8%) y Luisma (6,3%). Se trata de personajes cómicos que trabajan sobre marcados estereotipos para provocar humor. Entre las chicas el personaje más elegido es Richard Castle (7,6%), seguido por Luisma (7,1%) y Sheldon Cooper (5,8%). Tanto Richard Castle como Sheldon Cooper son personajes inteligentes que destacan también en su ámbito laboral. Se quiere resaltar el caso de Kate Beckett, de la serie policiaca estadounidense *Castle*, el único personaje femenino que se sitúa entre los más elegidos y que es elegido únicamente por chicas.



## SERIES TELEVISIVAS MÁS ELEGIDAS

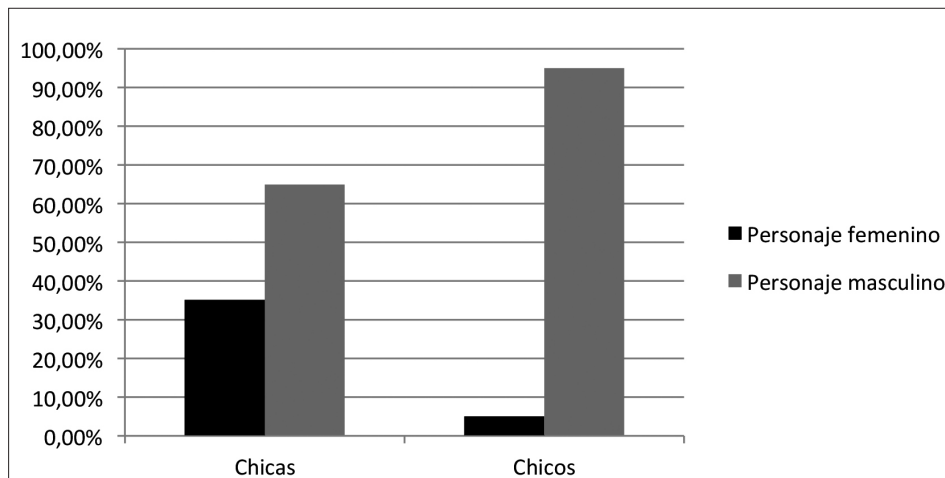
Los adolescentes han mencionado 97 series televisivas diferentes, pero más de un 60% de los personajes elegidos se concentran en 7 de ellas (figura 2). Este hecho resalta la homogeneidad en los gustos y preferencias de consumo televisivo de los adolescentes. En relación a la procedencia de las series televisivas en que participan los personajes elegidos, la presencia de series internacionales (50,5%) y nacionales (46,8%) es similar, sin apenas espacio para las series autonómicas (2,7%).

**Figura 2. Series de televisión más citadas por los adolescentes**



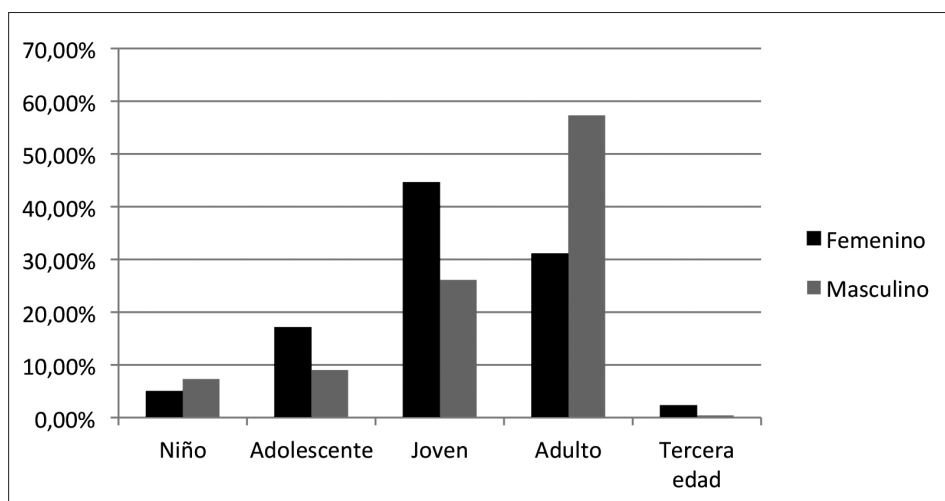
## GÉNERO DE LOS PERSONAJES DE FICCIÓN SERIADA FAVORITOS

Como se observa en la figura 3, predomina la preferencia por personajes masculinos (80,4%) frente a los femeninos (19,6%). Respecto a este último dato, cabe señalar que mientras el 35,1% de las chicas elige un personaje femenino, tan solo el 5% de los chicos se decanta por dicha opción. Se observan diferencias estadísticamente significativas en cuanto a la elección de personajes femeninos ( $t = -8,624$ ;  $\text{Sig.} = ,000$ ) en las chicas en comparación con los chicos.

**Figura 3. Género de los personajes de ficción seriada favoritos**

### FRANJA ETARIA DE LOS PERSONAJES DE FICCIÓN SERIADA FAVORITOS

En cuanto a la franja etaria en la que se sitúan los personajes elegidos (figura 4), los resultados muestran que se sitúan mayoritariamente en la edad adulta (44,5%), seguidos por jóvenes (35,1%) y adolescentes (12,9%). En este sentido, se observa el escaso peso que adquieren los personajes situados en la niñez (5%) y en la tercera edad (2,3%).

**Figura 4. Franja etaria de los personajes de ficción seriada favoritos**

## LAS PREFERENCIAS SOBRE LOS PERSONAJES DE FICCIÓN SERIADA

Se ha solicitado a los adolescentes que argumenten la elección de su personaje favorito de un serial televisivo. La primera conclusión general que se puede extraer es la amplia variedad de motivos proporcionados por los adolescentes. A continuación, se presentan los más relevantes:

### *Identificación con el personaje*

La identificación con los personajes ha emergido como una categoría importante a la hora de seleccionar un personaje como favorito. Asimismo, se comprueba que este proceso de identificación puede producirse por distintos motivos.

- Similitud con el personaje: el aspecto que más destacan los adolescentes en relación a la identificación con el personaje es que se ven reflejados en él/ella o en las experiencias que vive (n=74, 15,94%).

Lo he elegido porque yo me identifico con él. Le gustan los retos, como a mí. También cuando hace los deberes los hace en el último momento, como yo. Bart Simpson, *Los Simpsons*.

- Identificación aspiracional: se ha comprobado que los adolescentes sienten el deseo de ser o parecerse al personaje (n= 54, 11,63%).

Además tiene 26 años y ya vive en su propia casa. A mí también me gustaría vivir así: en mi propia casa, con muchos armarios llenos de ropa, unos amigos con los que siempre salir de fiesta y un trabajo que me llene. Judith Becquer, *La que se avecina*.

- Empatía con el personaje: los participantes también señalan que entienden y comparten los sentimientos del personaje y toman su punto de vista (n=41, 8,83%).

Con mi edad no se puede tener tanta experiencia como un adulto, así que supongo que por eso cometía errores constantemente y yo le entiendo. Teté, *Los Serrano*.

- Interacción parasocial: un escaso número de alumnos (n= 10) han mencionado el deseo o la creencia de la posibilidad de mantener una relación personal con el personaje de ficción.

Cuando hay alguno de sus amigos con problemas siempre les ayuda y me gustaría tenerlo como amigo porque nos llevaríamos muy bien. Barney Stinson, *Cómo conocí a vuestra madre*.

### *Admiración por el personaje*

A continuación se exponen los rasgos del personaje más destacados por los participantes:

- Humor/Diversión: los adolescentes aprecian que el personaje sea divertido y tenga humor (n=263, 56,68%).

Te hace pasar un buen rato, que al final es lo que buscas. Me gusta principalmente porque es un personaje gracioso. Barney Stinson, *Cómo conocí a vuestra madre*.

- Personalidad: los adolescentes también valoran aspectos positivos o pro-sociales de la personalidad del personaje, como su generosidad o su esfuerzo para alcanzar sus metas y sueños (n=162, 34,91%).

Además de eso, me gusta este personaje porque intenta cumplir sus sueños (convertirse en profesor, encontrar una esposa...) y aunque encuentre dificultades siempre sigue adelante. Ted Mosby, *Cómo conocí a vuestra madre*.

- Relaciones sociales y pertenencia: otro aspecto destacado es que el personaje tenga una vida social sana y cuente con familia y amigos en los que apoyarse mutuamente (n=81, 17,45%).

Me gusta porque quiere muchísimo a su familia, de hecho, hace disparates impresionantes solo para ver felices a los miembros de su familia. Homer Simpson, *Los Simpsons*.

- Inteligencia: otro aspecto destacado por los alumnos es la inteligencia del personaje (n=59, 12,71%).

He elegido a este personaje porque me parece súper ingenioso e inteligente, además sabe un montón de cosas sobre cualquier tema y es algo que me gusta. Sheldon Cooper, *The Big Bang Theory*.

- Elementos negativos: se han encontrado también referencias a algunas características o actitudes de los personajes que pueden ser preocupantes o transmitir mensajes contrarios a los valores que se pretenden fomentar desde la educación (n=50, 10,77%). En algunos casos los alumnos resaltan rasgos racistas y/o machistas del personaje elegido. También se encuentran referencias a la falta de esfuerzo, el consumismo y el trato irrespetuoso a los demás. Se observa que los adolescentes tienden a justificar las actitudes negativas del personaje, señalando que son motivo de risa y diversión.

Lo que me divierte de él es como trata a las mujeres, como él dice, cómo unas "putillas", y aunque eso sea machista me hace gracia. Antonio Recio, *La que se avecina*.

Me gusta porque me río con él. Tiene todo lo malo, es homófobo, racista, y es un timador. Antonio Recio, *La que se avecina*.

- Atractivo físico: los adolescentes también señalan el atractivo físico o aspectos relacionados con la apariencia física del personaje (forma de vestir, peinado, etc.) como motivo de elección (n=41, 8,83%).

...tiene un cuerpo de escándalo, es muy atractivo y eso hace que me guste aún más este personaje, para qué mentir. Steve McGarrett, *Hawai 5.0*.

- Riqueza y éxito: los adolescentes han destacado la riqueza o el éxito personal o profesional del personaje como motivo de su elección (n= 40, 8,62%).

Lo he escogido porque es la imagen de un triunfador, tiene mucho dinero, un buen trabajo y se liga a muchas mujeres. Barney Stinson, *Cómo conocí a vuestra madre*.

- Trabajo: el trabajo del personaje también es señalado por algunos estudiantes (n=32, 6,89%). En este punto, se observa que los adolescentes mencionan en todos los casos oficios considerados socialmente de éxito (arquitecto, médico, escritor famoso, etc.).

Su trabajo me parece increíble, es arquitecto y uno de los más jóvenes de Manhattan. Ted Mosby, *Cómo conocí a vuestra madre*.

### ***La serie de televisión y el papel del personaje en ella***

Los participantes destacan el gusto o el seguimiento por la serie como motivo de elección del personaje (n=52, 11,2%). Así mismo, valoran el rol y la importancia que adquiere el personaje elegido en el desarrollo de la serie (n=34, 7,32%).

Debido a que es una serie que veo mucho y él es uno de los protagonistas siempre me ha gustado mucho. Ted Mosby, *Cómo conocí a vuestra madre*.

### ***La proximidad a la actualidad***

Los adolescentes valoran de forma positiva que el personaje o las situaciones que este vive reflejen la realidad social del momento (n=50, 10,77%).

El personaje refleja la situación que vive el país en estos momentos, es un personaje que tiene poco dinero y vive con lo justo y tiene que mantener a su familia. Amador Rivas, *La que se avecina*.

### ***Reconocimiento de la propia construcción del personaje***

Un escaso número de adolescentes ha elaborado la redacción sobre el actor/actriz y no sobre el personaje de ficción que este encarna (n=10). Se ha observado que también citan aspectos relacionados con el actor/actriz que representa el per-

sonaje (n=49, 10,56%), por ejemplo, algunos alumnos señalan que les gusta su forma de actuar o alguna de sus características personales.

Me gusta este personaje porque hace muy bien su trabajo en la serie y actúa muy bien, hace un poco de cortito mental, pero es muy difícil hacer de una persona así. Burbuja, *El Barco*.

## DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Un primer resultado que puede destacarse es la gran cantidad de personajes escogidos por los adolescentes. Sin embargo, debe considerarse que dentro de esta variedad de preferencias más del 50% se concentran en tan solo 12 personajes. Por tanto, mientras las preferencias de algunos alumnos tienden a ser homogéneas, como lo es la programación televisiva a pesar del aumento cuantitativo de la oferta (Tous, 2009), otros realizan elecciones aisladas que pueden estar relacionadas con el auge de las subculturas adolescentes, tales como el mundo manga o los juegos de rol, entre otros. En este punto es oportuno considerar el poco peso que adquieren los personajes de series autonómicas (2,7%) frente a los personajes de series internacionales (50,5%), lo que puede indicar una globalización en el consumo televisivo adolescente. Sin embargo, el hecho de que casi la mitad de los personajes elegidos pertenezcan a series españolas (46,8%) refleja también la importancia que puede adquirir la proximidad cultural a la hora de sentir atracción hacia un personaje, ya que los espectadores, en igualdad de circunstancias, tienden a preferir la programación más cercana o próxima a su propia cultura (Lozano, 2008), lo que favorece, además, la identificación con el personaje (Igartua y Páez, 1998).

Los adolescentes de este estudio eligen principalmente personajes masculinos (80,4%) y adultos (44,5%). Algunos trabajos previos también encuentran que los jóvenes se identifican con personajes masculinos (Eyal y Rubin, 2003; Medrano *et al.* 2010; Bermejo, 2012), mientras que otros autores concluyen que tienden a elegir personajes de su mismo género (Hoffner, 1996; Hoffner y Buchanan, 2005; Montero, 2006). Los resultados obtenidos pueden deberse a la mayor presencia de personajes masculinos en los contenidos televisivos, que además desempeñan roles que tienden a ser más interesantes y relacionados con el status y el poder que los de las mujeres (Hoffner, 1996; Signorelli, 2001; Galán Fajardo, 2007; García-Muñoz y Fedele, 2011; Figueras, Tortajada y Araña, 2014). Estos resultados son relevantes desde una perspectiva educativa, ya que inciden en la importancia de trabajar en la posible influencia que pueden ejercer las representaciones de género transmitidas por el medio en el desarrollo de la identidad de los adolescentes. Cabe destacar que los adolescentes también tienden a elegir personajes mayores que ellos, en concreto, jóvenes y adultos. Estos resultados son congruentes con los encontrados por Medrano *et al.* (2010), pero contradicen algunos estudios que señalan que los adolescentes prefieren personajes de su misma edad (Hoffner, 1996; Hoffner y Buchanan, 2005; Montero, 2006). En este sentido, es

interesante seguir profundizando en la edad de los personajes que prefieren los adolescentes así como en las representaciones y estereotipos que el medio ofrece sobre los distintos grupos etarios.

También se ha observado que el gusto por la serie (11,2%) y el papel del personaje en la misma (7,32%) son factores importantes a la hora de elegir un personaje como preferido. Los jóvenes mantienen una relación regular con las series televisivas, siguiéndolas semana tras semana. De este modo, los personajes que participan en ese universo imaginario forman parte de la vida de los adolescentes y, por tanto, pueden influir en el desarrollo de su identidad. Otro aspecto relevante para los adolescentes es que el personaje y las situaciones representadas en el serial tengan relación con la actualidad (10,77%). En esta línea, algunos autores han destacado que a la hora de ver las series los espectadores buscan un vínculo entre realidad y ficción (Hoffner, 1996; Montero, 2006; Bermejo, 2012). El realismo percibido aumenta a su vez la implicación con el personaje y con la trama (Pindado, 2006; Medrano y Martínez de Morentín, 2012). Algunos adolescentes se refieren a aspectos relacionados con el actor/actriz que lo interpreta (10,56%), mezclando en el texto características propias del actor/actriz y del personaje que desempeñan en la serie de televisión. Siguiendo a Thompson (1998), los dos espacios de experiencias (*offline* y *online*) se complementan y mezclan en la vida cotidiana de las audiencias. La mayoría de los jóvenes comprende la frontera entre estos dos mundos y “es la habilidad de cruzarla en mayor o menor medida a voluntad, lo que constituye parte del placer” (Thompson, 1998: 228).

En consonancia con los estudios previos, la identificación con los personajes resulta una categoría importante a la hora de abordar la relación entre los espectadores y las figuras mediáticas (Cohen, 2001; Hoffner y Buchanan, 2005; Chory-Assad y Cicchirillo, 2005; Igartua, 2010; entre otros). Se ha observado que este proceso puede darse por diversos motivos, destacando el papel que adquieren la similitud percibida con el personaje (15.94%) y el deseo de parecerse o ser el mismo (11.63%). En esta línea, diversos autores han señalado la importancia de estos factores a la hora de fortalecer la vinculación con el personaje (Hoffner, 1996; Eyal y Rubin, 2003; Cohen y Perse, 2003; Hoffner y Buchanan, 2005). Esto viene a confirmar que los adolescentes encuentran en la televisión modelos de identificación y comparación en la búsqueda de su propio ser y estar en el mundo. Tras estas dos categorías, se encuentra la empatía con los personajes cuya relevancia también ha sido señalada por otros investigadores (Cohen, 2001; Eyal y Rubin, 2003; Chory-Assad y Cicchirillo, 2005; Igartua, 2010). En el caso de la interacción parasocial con el personaje, se ha encontrado que un mínimo de alumnos responde a los mismos como si fuesen personas reales.

Entre los rasgos del personaje destaca la importancia que los participantes otorgan al humor y la diversión (56,68%), así como a la personalidad del personaje (34,9%). En esta línea otros estudios subrayan la relevancia del humor y la personalidad del personaje entre los adolescentes (Medrano *et al.*, 2010; Medrano y Martínez de Morentín, 2012; Bermejo, 2012). Otro elemento que valoran son las relaciones sociales del personaje (17,45%), y en menor medida, su inteligencia, atractivo físico, riqueza/éxito y trabajo. Algunos aspectos

identificados en las redacciones como las referencias a la pertenencia a familia/amigos o la riqueza/éxito del personaje no han sido recogidos en los estudios previos, así pues se considera relevante seguir indagando sobre su importancia para los adolescentes. Respecto al atractivo físico del personaje, se observa que para algunos adolescentes es un aspecto destacable en su elección. Algunos estudios señalan que este aspecto no es realmente importante (Medrano *et al.*, 2010; Medrano y Martínez de Morentín, 2012), mientras otros trabajos han demostrado que es un elemento destacado (Ruiz, Conde y Torres, 2005), al menos para algunos jóvenes (Ugalde, 2015). Así, se considera que, aunque este motivo no aparezca como el más importante, no se debe desestimar su impacto en la formación adolescente. Un aspecto que se quiere resaltar son las referencias halladas sobre elementos negativos del personaje (10,77%), con especial atención a aquellas que reflejan actitudes racistas y machistas. En esta línea, estudios recientes han llamado la atención sobre el aumento de actitudes racistas, xenófobas y sexistas entre los más jóvenes (Elzo, 2006 y 2009). Este hecho acrecienta la importancia de educar a los adolescentes en la interpretación crítica de los contenidos mediáticos. Se considera interesante seguir investigando sobre estos elementos negativos percibidos por los jóvenes.

En la actualidad se habla de la “tercera edad de oro” de las series de ficción, en la que una de las características es la transformación del héroe, que se aleja de los estándares tradicionales narrativos y de la moral maniquea que distingue entre el bien y el mal (Crisóstomo, 2014b). Así, surgen nuevos modelos de protagonistas como antihéroes (Crisóstomo, 2014a), o personajes que presentan “características que impiden su adecuada integración social y la interacción normal con el mundo” (Crisóstomo, 2014b). Ante este escenario es importante desarrollar estudios sobre este tipo de personajes en la ficción seriada.

En suma, la identificación con los personajes emerge como una categoría importante a la hora de elegir un personaje como favorito. Los adolescentes de la muestra valoran el humor y la personalidad del personaje, así como su sana relación con la familia y los amigos, y, tanto chicos como chicas, prefieren personajes masculinos mayores que ellos.

En la línea de otros estudios previos (França, 2001; Montero, 2006; Galán Fajardo, 2007; Guarinos, 2009; Fedele y García-Muñoz, 2010; Bermejo, 2012; Masanet, Medina-Bravo y Ferrés, 2012; Lacalle, 2013; entre otros), los resultados de este trabajo muestran el interés de seguir profundizando en el estudio de la ficción televisiva en relación a la adolescencia, tanto a través del análisis de sus contenidos y representaciones como de la recepción por parte del público adolescente.

Entre las limitaciones de esta investigación está que el texto, una vez elaborado, permanece estático en el tiempo y no permite establecer una interacción con los participantes para profundizar en los aspectos más relevantes para el estudio. Además, la propia naturaleza del análisis de contenido puede referirse más al impacto inmediato y al efecto memoria que a una influencia a medio o largo plazo entre los participantes.

Se considera interesante para futuras investigaciones contrastar los resultados con los propios adolescentes a través de grupos de discusión, que permitan



profundizar en sus preferencias sobre los personajes de ficción seriada. Por otro lado, resulta de interés efectuar algún tipo de triangulación o contraste con otros investigadores sobre los criterios de categorización e interpretación de los resultados. Por último, es nuestra intención continuar investigando a través de técnicas cualitativas que permitan profundizar en los resultados obtenidos. Identificar cuáles son los personajes preferidos de los adolescentes y los rasgos principales que valoran en ellos permite desarrollar propuestas educativas que fomenten una lectura positiva y activa ante los mensajes transmitidos por el medio.

**Oihane Korres** (oihane.korres@deusto.es) es doctora en Educación por la Universidad de Deusto, donde es docente de grado. Es licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad Pública del País Vasco (2007). Master en Formación del Profesorado de Educación Secundaria, Formación Profesional y Enseñanza de Idiomas por la

Universidad de Deusto (2010). Es investigadora en el equipo Desarrollo de Competencias y Valores (DECOMVA), reconocido por el Gobierno Vasco. Su investigación gira en torno al desarrollo de valores en los adolescentes y el uso de la televisión como herramienta educativa para trabajar los mismos.

**Iciar Elexpuru** (elexpuru@deusto.es) es catedrática de la Facultad de Psicología y Educación en la Universidad de Deusto, donde es docente tanto en grado como en postgrado. Licenciada en Pedagogía y licenciada y doctora en Psicología (1989). Es coordinadora Nacional del Máster Erasmus Mundus en Life-long Learning: Policy and Management (UD).

Ha sido directora del Instituto de Ciencias de la Educación de 2003 a 2009 en la misma Universidad. Es miembro del Equipo de Investigación DECOMVA. Sus principales líneas de investigación son evaluación y desarrollo de valores y competencias, formación docente en diferentes niveles educativos e instituciones, movilidad y empleabilidad.

## Bibliografía

Bermejo, J.; Núñez, M. (2008). "Valores y actitudes de los espectadores de series de ficción televisiva". Comunicación presentada al I Congreso de la AE-IC Investigar la Comunicación. Santiago de Compostela, 30, 31 de enero y 1 de febrero.

Bermejo, J. (2012). "Los personajes y las series de ficción en la vida de los y las jóvenes". *Revista de Estudios de Juventud*, 96, pp. 31-49.

Callejo, J. (2013). "Media Time Use among

Adolescents and Young Adults: Analysis of Differences". *Communication & Society*, 26 (2), pp. 1-26.

Chory-Assad, R. M.; Cicchirillo, V. (2005). "Empathy and Affective Orientation as Predictors of Identification with Television Characters". *Communication Research Reports*, 22 (2), pp. 151-156.

Cohen, J. (2001). "Defining Identification: A Theoretical Look at the Identification Au-

diences with Media Characters". *Mass Communication and Society*, 4 (3), pp. 245-265.

Cohen, J.; Perse, E. (2003). "Are There Different Modes of Viewer Character Relationships? An Empirical Test of the Multi-relational Hypothesis". Comunicación presentada al International Communication Association Annual Convention. San Diego, CA.

Crisóstomo, R. (2014a). "Dr. Lecter y Mr. Dexter Morgan: mutaciones del héroe postclásico en la ficción televisiva". *Área Abierta*, 14 (2), pp. 36-52.

—. (2014b). "Le freak, C'est chic: El freak como nuevo héroe de la serialidad contemporánea". *Zer*, 19 (37), pp. 175-189.

Elexpuru, I.; Medrano, C. (2002). *Desarrollo de los valores en las instituciones educativas*. Bilbao: Mensajero.

Elzo, J. (2006). "Valores e identidades en los jóvenes". En: González Blasco, P. (dir.). *Jóvenes españoles 2005*. Madrid: Fundación Santa María – SM, pp. 13-110.

Elzo, J. (dir.) (2009). *La transmisión de valores a menores. Informe extraordinario del Ararteko*. Vitoria-Gasteiz: Ed. Ararteko.

Eyal, K.; Rubin, A. M. (2003). "Viewer Aggression and Homophily, Identification and Parasocial Relationships with Television Characters". *Journal of Broadcasting y Electronic Media*, 47, pp. 77-98.

Fedele, M.; García-Muñoz, N. (2010). "El consumo adolescente de la ficción seriada". *Vivat Academia*, 111, pp. 48-65.

Figueras-Maz, M.; Tortajada, I.; Araña, N. (2014). "La erótica del 'malote'. Lecturas adolescentes de las series televisivas: atracción, deseo y relaciones sexuales afectivas". *Revista de Estudios de Juventud*, 106, pp. 49-62.

França, M. E. (2001). "La contribución de las series juveniles de televisión a la formación de la identidad en la adolescencia". Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona. Disponible en: <<http://www.tdx.cat/handle/10803/4092>>. Consultado el 10 de mayo de 2014.

Galán Fajardo, E. (2007). "Construcción de género y ficción televisiva en España". *Comunicar*, 28, pp. 229-236.

García-Muñoz, N.; Fedele, M. (2011). "Retrato de los adolescentes en la ficción televisiva. Un estudio de caso". *Ámbitos*, 20, pp. 71-86.120.

Guarinos, V. (2009). "Fenómenos televisivos 'teenagers': prototipias adolescentes en series vistas en España". *Comunicar*, 17 (33), pp. 203-211.

Hoffner, C. (1996). "Children's Wishful Identification and Parasocial Interaction with Favorite Television Characters". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 40, pp. 389-402.

Hoffner, C.; Buchanan, M. (2005). "Young Adults Wishful Identification with Television Characters: The Role of Perceived Similarity and Character Attributes". *Media Psychology*, 7, pp. 325-351.

Igartua, J. J.; Páez, D. (1998). "Fiabilidad y validez de una escala de empatía e identificación con los personajes". *Psicothema*, 10 (2), pp. 423-436.

Igartua, J. J. (2010). "Identification with Characters and Narrative Persuasion through Fictional Feature Films". *Communications: The European Journal of Communication Research*, 35 (4), pp. 347-373.

Lacalle, C. (ed.) (2013). *Jóvenes y ficción televisiva: Construcción de identidad y transmedialidad*. Barcelona: Editorial UOC.

Livingstone, S. (1998). *Making Sense of Television. The Psychology of Audience Interpretation*. Londres: Routledge.

López Vidales, N.; Gómez Rubio, L. (2012). "Géneros, formatos y programas de televisión preferidos por los jóvenes. Análisis comparativo por Comunidades Autónomas". *Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 10 (3), pp. 258-283.

Lozano, J. C. (2008). "Consumo y apropiación de cine y TV extranjeros por audiencias en América Latina". *Comunicar*, 15 (30), pp. 67-72.

Masanet, M. J.; Medina-Bravo, P.; Ferrés, J. (2012). "Representación mediática de la sexualidad en la ficción seriada dirigida a los jóvenes. Estudio de caso de *Los Protegidos* y *Física o Química*". *Revista Comunicación*, 10, pp. 1537-1548.

Medina, P.; Rodrigo, M. (2009). "Análisis de la estructura narrativa del discurso amoroso en la ficción audiovisual. Estudio de caso: *Los Señores y Porca Misèria*". *Zer*, 14 (27), pp. 83-101.

Medrano, C.; Palacios, S.; Aierbe, A. (2007). "Hábitos y preferencias televisivas en jóvenes y adolescentes: Un estudio realizado en el País Vasco". *Revista Latina de Comunicación Social*, 62, pp. 13-27.

Medrano, C.; Cortés, A.; Aierbe, A.; Orejudo, S. (2010). "Los programas y características de los personajes preferidos en el visionado de televisión: diferencias evolutivas y de sexo". *Cultura y Educación*, 22 (1), pp. 3-20.

Medrano, C.; Martínez de Morentín, J. I. (2012). "Socialización y televisión: Perfiles de adolescentes en un estudio transcultural". *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 1 (1), pp. 675-682.

Montero, Y. (2006). *Televisión, valores y adolescencia*. Barcelona: Gedisa.

Moyer-Gusé, E. (2008). "Toward a Theory of Entertainment Persuasion: Explaining the Persuasive Effects of Entertainment-Education Messages". *Communication Theory*, 18(3), pp. 407- 425.

Orozco, G. (2010). *Niños, maestros y pantallas. Televisión, audiencias y educación*. Guadalajara (México): Ediciones de la Noche.

Pindado, J. (2006). "Los medios de co-

municación y la construcción de la identidad". *Zer*, 21, pp. 11-22.

Ramajo, N.; Ferrer, I.; Capdevila, A.; Figueras, M.; Gómez, L.; Jiménez, M.; Luzón, V. (2008). "La presencia del adolescente en el 'prime time' televisivo: objeto de interés en informativos, ficción y publicidad". *Sphera Pública*, 8, pp. 191-211.

Rodríguez, A.; Medrano, C.; Aierbe, A.; Martínez de Morentín, J. I. (2013). "Perfil de consumo televisivo y valores percibidos por los adolescentes: un estudio transcultural". *Revista de Educación*, 361, pp. 513-538.

Ruiz, C.; Conde, E.; Torres, E. (2005). "Importance of Facial Physical Attractiveness of Audiovisual Models in Descriptions and Preferences of Children and Adolescents". *Perceptual and Motor Skills*, 101, pp. 229-243.

Signorelli, N. (2001). "Television's Gender-role Images and Contribution to Stereotyping". En: Singer D. G.; Singer J. L. (eds.) *Handbook of Children and the Media*. Thousand Oaks, CA: Sage, pp. 341-358.

Thompson, J. B. (1998). *Los medios y la modernidad*. Barcelona: Paidós.

Tous, A. (2009). "Paleotelevisión, neotelevisión y metatelevisión en las series dramáticas estadounidenses". *Comunicar*, 17 (33), pp. 175-183.

Ugalde, L. (2015). *La percepción de valores en personajes televisivos y los hábitos televisivos en adolescentes: un estudio transcultural*. Donostia-San Sebastián: Universidad Pública del País Vasco (UPV-EHU).

